

1988: Gairebé un milió

Josep M. Mas Folch

Fins i tot una persona no vinculada, en cap aspecte, l'automòbil se'n pot adonar: tothom té un cotxe nou. Això significa que durant els últims anys hi ha hagut un augment progressiu en la venda de cotxes nous.

Hi ha molts factors que hi influeixen, entre ells cal destacar la publicitat i la financiació.

Aquest considerable augment va començar mesos abans d'entrar Espanya a la CEE (ben segur que el factor primordial va ser la por a aquest nou impost que era l'IVA) i d'ençà ja no s'ha aturat. Hi han ajudat la publicitat (hi ha marques que, l'any passat es van gastar més de 1000 milions de ptes.) i últimament les facilitats que els bancs i les pròpies cases donen als futurs propietaris. També s'ha de tenir present l'esport: raids, rallyes, curses de promoció, de resistència, proves d'autonomia, rècords... I els avantatges d'un cotxe nou sobre un de vell: comoditat, luxe, consum i el fet de no haver de témer l'ITV, verdader botxí de cotxes vells o insegurs. Després hi ha els conductors nous, que cada cop són més i més joves (avui dia feina vol dir cotxe) i sense diferència de sexe.

Durant tot l'any 88, a Espanya s'han comprat 948.137 cotxes, 143.597 més que l'any 87. Això representa un augment del 17,85%.

Pel que fa a les marques més comprades tenim en primer lloc RENAULT, amb 209.725 unitats. En segon, el grup VAG (SEAT-AUDI-VOLKSWAGEN), amb 194.923 u. En tercer hi ha l'OPEL, amb 153.025 u., seguit per FORD, el grup PSA (PEUGEOT-TALBOT-CITROËN), el grup FIAT (FIAT-LANCIA-AUTOBIANCHI), ALFA ROMEO, el grup AUSTIN-ROVER, BMW i com a desè classificat, VOLVO.

Per models, al capdavant hi ha l'OPEL Kadett



(1) amb 79.239 u., després ve l'èxit de la marca "espanyola" SEAT -l'Ibiza- amb 67.021 u., seguit del RENAULT Super 5, amb 65.339 u. i per l'OPEL Corsa, el RENAULT 21, el PEUGEOT 205, el CITROËN AX i el PEUGEOT 309. Els dos darrers d'aquests 10 més venuts són dos dels models de FORD: Orion i Fiesta.

Avui tan sols hem enumerat els cotxes nous, un altre tema són l'opció venturer o segona mà i exportat.

J.M.M. i F.

El Kadett té dins d'un mateix nom dos models: el dos volums i el tres volums (maleter separat)



Informàtica de consum

Jordi Salvado i Folch

Lenta però inexorablement la informàtica s'està introduint, cada cop més, dins els nostres assumptes quotidians. Ens trobem immersos dins el que molts no dubten de qualificar com a "boom del PC". Eclosió d'una forma d'entendre la informàtica que ha ocasionat que aquesta es fes més accessible i a l'abast d'un mercat que fa deu anys enrera en tenia l'ús barrat.

Amb el PC -Personal Computer-, s'ha aconseguit de proporcionar la informàtica d'alta rendibilitat a un públic que fins aleshores només podia gaudir d'equips molt "voluntariosos" però insuficients en les seves prestacions. Aquesta situació frenava un lògic desenvolupament que a hores d'ara ja es pot qualificar de desenfrenat i en continu canvi i evolució.

De només tenir-hi accés una minoria s'ha convertit en una necessitat per a tothom, des del petit comerciant a l'empresa puntera, passant pel col·lectiu d'estudiants i per gairebé totes les activitats laborals de la nostra societat.

Es fa difícil de preveure el desenllaç i la propera evolució d'aquesta situació, i més si tenim en compte que estem en un període d'introducció i de canvi de la forma de fer i d'entendre la vida. Tots aquells que estan més o menys interessats en aquest món de la informàtica no poden oblidar ni deixar de meravellar-se pel frenètic canvi i perfeccionament de tota la indústria que té a veure amb aquest sector, des de l'evolució dels sistemes operatius, fins la forma de treball i la velocitat de procés i resolució de les operacions informàtiques.

En aquest mercat tan competitiu, a hores d'ara, hi juguem dos noms per aconseguir la supremacia en el sector dels ordinadors domèstics: per una banda el gegant blau de IBM -amb els seus models Pc, At i darrerament PS/2- i per l'altra APPLE, amb els seus sistemes de soft "amb finestres d'ajut", del tipus anomenat "windows". L'un juga amb la possibilitat de la compatibilitat i l'altre amb el de fàcil utilització i alta rendibilitat.

El resultat de tot això és, per una banda, pel que fa als productors d'aquest components, uns beneficis que no paren d'augmentar, i per tant dels usuaris un desenvolupament creixent de l'ofimàtica, és a dir, la creixent informatització de les tasques administratives i de gestió, que desboken en la realització del treball d'oficina quasi "sense papers", on un o més ordinadors controlen diverses tasques, amb el lògic desbancament de la calculadora de sobretaula, entre d'altres canvis més significatius i d'organització.

Presentem al respecte unes dades obtingudes de Clementson/Nu-Markets, i citades per una revista espanyola d'informàtica. Són dades referides a l'any 1987.

El mercat actual mundial per productes referits a gestió i administració passarien pels següents percentatges:

- Sistemes informàtics, 41% (PCs, mainframes, ...)
- Dispositius d'emmagatzematge 14% (suport magnètics,...)
- Terminals 12%
- Impressores 12%
- Fotocopiadores 11%
- Altres 5%
- Màquines d'escriure 2%
- Calculadores i caixes enregistradores 2%
- Equips de dictat 1%

D'aquestes dades podem extreure que un 79% del volum econòmic en gestió i administració està dominat per la informàtica. La tònica passa per un creixement d'aquesta i per una disminució de les que tenen uns valors inferior al 10%.

Per països l'ús de la informàtica i amb una importància econòmica global d'aproximadament 115 bilions de dòlars seria la que segueix:

-USA	40%
-Europa Occidental	34%
-Japó	17%
-Resta del món	9%

La informàtica, ens agradi o no, forma part com a membre de ple dret del nostre entorn i els entesos apunten que ens trobem en un període inicial, entès com a primer pas de la implantació definitiva de les noves tècniques que desbancaran en la telemàtica i la robòtica.

J.S. i F.